

APSTIPRINU

Paula Stradiņa Medicīna vēstures muzeja  
direktors

---

/Kaspars Vanags/

*Apstiprināšanas datums skatāms parakstīšanas laika zīmogā*

Paula Stradiņa Medicīnas vēstures muzeja  
Komunikācijas darba politika  
2023–2027

Rīga

Saskaņots ar Veselības ministriju 24.10.2023

## Satura rādītājs

Ievads. Komunikācijas darba politikas ietvars .....	3
Politika izriet no: .....	3
Tiesiskie un ētiskie pamati: .....	4
Saistītie plānošanas un ieviešanas dokumenti: .....	4
Mērķis: .....	4
Terminu skaidrojums: .....	4
1. Komunikācijas darba organizācijas struktūra un tās dalībnieki Muzeja pārmaiņu procesā .....	5
2. Pieejamības nodrošināšanas veidi .....	6
3. Komunikācijas pieejamība .....	7
4. 2023.–2027. gadam izvirzītie stratēģiskie naratīvi zinātnes pieejamībai .....	8
5. 2023.–2027. gadam izvirzītās prioritātes .....	9
5.1. Muzejs kā platforma zināšanu sabiedrībai .....	9
5.2. Muzejs kā proaktīvs dalībnieks aktuālajās norisēs sabiedrībā .....	10
5.3. Mūsdienām atbilstošas pamatekspozīcijas un izstāžu programmas .....	11
5.3.1. Konceptijas izstrāde jaunai pamatekspozīcijai Muzeja galvenajā ēkā .....	11
5.3.2. Izstāžu programma .....	11
5.3.3. Darbs ar pamatekspozīciju Muzeja struktūrvienībā Farmācijas muzejā .....	12
5.4. Izstrādāta auditorijas attīstīšanas stratēģija .....	12
5.5. Izveidots satura attīstībā bāzēts Muzeja zīmols .....	12

## Komunikācijas darba politikas ietvars

Paula Stradiņa Medicīnas vēstures muzeja (turpmāk – Muzejs) Komunikācijas darba politika ir dokuments, kas raksturo komunikācijas darba organizācijas struktūru un tās dalībniekus Muzeja pārmaiņu procesā, pieejamības nodrošināšanas veidus un komunikācijas pieejamību, kā arī nosaka 2023.–2027. gadam izvirzītos stratēģiskos naratīvus zinātnes pieejamībai un komunikācijas darba prioritātes. Komunikācijas darba politika attiecas uz Paula Stradiņa Medicīnas vēstures muzeju jeb Muzeja galveno ēku Ukrainas neatkarības ielā 1, Rīgā, un tā struktūrvienību Farmācijas muzeju Riharda Vāgnera ielā 13, Rīgā. Komunikācijas darba politika attiecas uz visiem Muzeja darbiniekiem un sadarbības partneriem, un tā caurvij ikdienas darba pienākumu veikšanu.

Politika izriet no:

- Paula Stradiņa Medicīnas vēstures muzeja nolikuma (2009. gada 27. oktobra MK noteikumi Nr. 1233), kas nosaka, ka Muzeja darbības mērķis ir vākt, saglabāt, pētīt, izstādīt un popularizēt materiālās un nemateriālās liecības, kurām ir vēsturiska, zinātniska un memoriāla nozīme, kā arī ar tām saistītu informāciju par Latvijas un pasaules medicīnas vēsturi, lai veicinātu sabiedrības izglītošanu un attīstību;
- Muzeja misijas: Muzejs veido izpratni par rūpēm kā ilgtspējīgas sabiedrības pamatu. Balstoties uz dzīvības un sociālo zinātņu pētījumiem un kultūrvēstures liecībām, Muzejs runā ar plašu auditoriju par veselību kā mainīgu priekšstatu kopumu, kas uzrāda dažādu periodu, reģionu un individuālo pieredžu mijiedarbi;
- Muzeja vīzijas: Latvijas iedzīvotājiem Muzejs ir veselīgas dzīves komponente mūža garumā;
- Muzeja vērtībām: Muzejs kā Veselības ministrijas padotības iestāde savā darbā ievēro vienotās valsts pārvaldes vērtības: profesionalitāte un efektivitāte, godprātība, atbildība, darbs sabiedrības labā, valsts ilgtspēja un sabiedrības labklājība, atklāta un sabiedrībai pieejama valsts pārvalde un sadarbība valsts pārvaldē. Savukārt Muzeja stratēģijā 2023.–2027. gadam izvirzītas trīs pamatvērtības: iekļaušana, proaktivitāte un intelektuālais godīgums.

Tiesiskie un ētiskie pamati:

- Latvijas Republikas Muzeju likums;
- Latvijas Republikas Autortiesību likums;
- ICOM muzeju profesionālās ētikas kodekss;
- Latvijas Zinātņu akadēmijas Zinātnieka ētikas kodekss.

Saistītie plānošanas un ieviešanas dokumenti:

- Sabiedrības veselības pamatnostādnes 2021.–2027. gadam;
- Kultūrpolitikas pamatnostādnes 2022.–2027. gadam;
- Bērnu, jaunatnes un ģimenes attīstības pamatnostādnes 2022.–2027. gadam;
- Izglītības attīstības pamatnostādnes 2021.–2027. gadam;
- Paula Stradiņa Medicīnas vēstures muzeja darbības stratēģija 2023.–2027. gadam;
- Muzeja Krājuma darba politika 2023–2027;
- Muzeja Pētniecības darba politika 2023–2027;
- Muzeja ikgadējais darba plāns;
- Muzeja procedūras un formas.

Mērķis: Muzeja misijā un vērtībās balstītais komunikācijas darbs ir vērsts uz Muzeja mērķauditorijas attīstīšanu, Muzeja krājuma, pamatekspozīciju, izstāžu un publiskās programmas pieejamību, vairojot tādas pieredzes, kas palielina Muzeja satura (produktu un pakalpojumu) izmantošanu dzīves garumā.

Terminu skaidrojums:

Pieejamība: universālā dizaina principos balstīts Muzeja komunikācijas darbs, kas nodrošina Muzeja auditorijas attīstīšanu, īstenojot pieejamību Muzeja krājumam, pamatekspozīcijām, izstādēm un publiskās programmas aktivitātēm tā, lai – cik vien iespējams, bez pielāgošanas vai īpašā dizaina nepieciešamības – tās var izmantot visi cilvēki, neatkarīgi no izglītības, profesionālās pieredzes un identitātes, t. sk., nespējas, vecuma, dzimuma, ģeogrāfiskās izcelsmes un seksuālās orientācijas.

Mērķa grupa: atsevišķs sabiedrības segments, uz kuru vērsts Muzeja komunikācijas darbs un kurā pēc noteiktām sociāldemogrāfiskajām, ekonomiskajām, psiholoģiskajām vai uzvedības iezīmēm var ietilpt ikviens Muzeja esošais vai potenciālais lietotājs, apmeklētājs un neapmeklētājs, kurš klātienē vai attālināti izmanto Muzeja krājumu, pakalpojumus un produktus, kā arī Muzeja komanda, sadarbības partneri un citas iesaistītās puses. Muzejs ar mērķa grupām veido ilgtspējīgas attiecības.

Publiskā programma: aktivitāšu kopums, ko Muzejs piedāvā mērķa grupām – izstāžu pavadošās programmas, muzejpedagoģiskās un citas nodarbības skolēniem un ģimenēm ar bērniem, mūžizglītības pasākumi pieaugušajiem, gida pakalpojumi pamatekspozīcijās un izstādēs, konferences. Publisko programmu veido Muzeja speciālisti un pieaicinātie eksperti.

Muzeja krājums: krājumu veido aptuveni 215 000 priekšmeti pamat-, palīg- un apmaiņas krājumā. Priekšmeti ir sagrupēti piecos sektoros pēc to tiem: fotofonokino dokumenti; lietiskie materiāli; rokraksti un dokumenti; retās grāmatas un iespieddarbi un māksla. Priekšmeti tiek eksponēti pamatekspozīcijās un izstādēs, izmantoti Muzeja komunikācijā un pakalpojumu un produktu izstrādē, kā arī ir pieejams resurss pētniecībai. Krājuma pieejamība tiek nodrošināta krājuma publiskās pieejamības programmas ietvaros.

Muzeja bibliotēka: bibliotēku veido aptuveni 20 000 dokumentu – grāmatas, žurnāli, rokraksti, audiovizuālie materiāli, kartes, disertācijas u. c. dokumenti. Tā ir vispārpieejama speciālā bibliotēka, kas specializējas medicīnas vēstures avotu saglabāšanā.

Pamatekspozīcija: ilgtermiņa (5–10 gadi) pārskata ekspozīcija, kas veidota, balstoties uz kuratorisko koncepciju, mantojuma interpretāciju un starpdisciplināru Muzeja krājuma izpēti; tās dizains ir nozīmīgs instruments satura mediācijā plašai auditorijai; saistībā ar pamatekspozīciju tiek izstrādātas tematiskas publiskās programmas aktivitātes dažādām auditorijām.

Izstāde: īstermiņa (3–12 mēneši) ekspozīcija, kas veltīta konkrētai sabiedrībā aktuālai tēmai, balstās uz kuratorisko koncepciju un starpdisciplināru pieeju un var ietvert mantojuma izpēti un interpretāciju; tās dizains ir nozīmīgs instruments satura mediācijā plašai auditorijai; izstādei tiek izstrādāta pavadošā programma.

## 1. Komunikācijas darba organizācijas struktūra un tās dalībnieki Muzeja pārmaiņu procesā

### 1.1. Atbildīgie par politiku

Atbildīgie par Komunikācijas darba politikas īstenošanu, mērķu sasniegšanu un regulāru komunikācijas darba izvērtējumu ir Muzeja direktors, galvenais kurators, publisko programmu un komunikācijas nodaļas vadītājs un Muzeja struktūrvienības Farmācijas muzeja vadītājs. Atbildīgie izstrādā komunikācijas darba procedūras, un viņu pienākums ir veicināt Muzeja komandas kompetenču attīstību komunikācijas darba veikšanai.

### 1.2. Komunikācijas darba organizācija

2020. gadā Muzeja pārmaiņu vadība veica funkciju auditu un, izrietoši no secinājumiem, 2021. gadā ieviesa organizācijas restrukturizācijas plānu.

Komunikācijas darbs tiek organizēts Farmācijas muzeja, Publisko programmu un komunikācijas nodaļas un galvenā kuratora amata ietvaros, kas ir tiešā Muzeja direktora pakļautībā, un krājuma publiskās pieejamības programmu vadītāja amata ietvaros, kas ir tiešā direktora vietnieka pētniecības un krājuma darbā pakļautībā. Ar komunikācijas darbu saistīto projektu vadība tiek nodrošināta Saimniecības un projektu vadības nodaļas projektu vadītāja un izglītības projektu vadītāja amata ietvaros. Saimniecības un projektu vadības nodaļa ir tiešā direktora vietnieka attīstības darbā pakļautībā.

Publisko programmu un komunikācijas nodaļa izstrādā Muzeja publisko programmu un koordinē sadarbību ar citām Muzeja struktūrvienībām, lai nodrošinātu tās norisi, kā arī nodrošina Informācijas centra darbību, Muzeja mērķa grupu izpēti un ārējo komunikāciju, t. sk., sabiedriskās attiecības un mārketingu. Publisko programmu un komunikācijas nodaļa koordinē pieejamības principu ieviešanu Muzeja publiskajā darbībā, piedalās iekšējās komunikācijas nodrošināšanā un līdzfinansējuma piesaistē Muzeja projektiem. Nodaļas struktūru veido nodaļas vadītājs, publisko programmu koordinators, komunikācijas speciālists, sabiedrisko attiecību speciālists, dizainers, divi vecākie muzejpedagogi un divi muzejpedagogi.

Muzeja galvenais kurators piedalās izstāžu un pamatekspozīciju ilgtermiņa plānošanā, izstrādā izstāžu un pamatekspozīciju koncepcijas, piedalās to budžeta un īstenošanas plānošanā, saturiskajos jautājumos koordinē izstāžu un pamatekspozīciju darba grupas, veic koncepciju autoruzraudzību izstāžu un pamatekspozīciju īstenošanas gaitā, veido izstāžu un pamatekspozīciju pavadošos tekstus, kā arī nodrošina Muzeja galvenās ēkas izstāžu lietu nokomplektēšanu.

Krājuma publiskās pieejamības programmu vadītājs sadarbībā ar Krājuma nodaļu nodrošina pieprasījumu apkalpošanu, kas saistīti ar Muzeja krājuma izmantošanu, – krātuvju apmeklējumu, deponējumu un attēlu pieprasījumiem, amata kompetences ietvaros kā atbildīgais no Muzeja puses vada darbus, kas saistīti ar ienākošās un izejošās deponēšanas procedūrām, piedalās ekspozīciju, izstāžu, publiskās programmas un publiskās komunikācijas aktivitāšu saturiskajā izstrādē un tehniskajā realizācijā, koordinējot krājuma pieejamību darba grupu dalībniekiem, kā arī sadarbībā ar Krājuma nodaļu un galveno kuratoru koordinē krājuma priekšmetu pārvietošanu un atbild par to eksponēšanu Muzeja galvenās ēkas izstādēs.

Muzeja struktūrvienībā Farmācijas muzejā komunikācijas darbs organizēts vadītāja, galvenā komunikācijas speciālista, projektu vadītāja un vecākā muzejpedagoga amata ietvaros un sadarbībā ar Publisko programmu un komunikācijas nodaļu, krājuma publiskās pieejamības programmu vadītāju, projektu vadītāju un izglītības projektu vadītāju.

## 2. Pieejamības nodrošināšanas veidi

- 2.1. Informācija Muzeja ēkas publiskajā telpā un apmeklētāju Informācijas centros;
- 2.2. Labiekārtota infrastruktūra, t. sk., telpu nomas pakalpojums;
- 2.3. Pamatekspozīcijas un izstādes;
- 2.4. Muzeja publiskā programma;
- 2.5. Muzeja mājaslapas un sociālo mediju konti;
- 2.6. Muzeja Apkārtraksts;
- 2.7. Mārketinga programma;
- 2.8. Krājuma publiskās pieejamības programma, t. sk., krājuma priekšmetu deponēšana;
- 2.9. Muzeja bibliotēka;

2.10. Krājums un digitalizēta krājuma daļa, kas pieejama Nacionālajā muzeju krājuma kopkatalogā.

### 3. Komunikācijas pieejamība

3.1. Uz komunikāciju attiecināmi vispārēji pieejamības principi:

3.1.1. Veidojot komunikāciju, mēs pārdomājam, kādas mērķauditorijas vēlamies sasniegt un, attiecīgi, kādas ir to nodarbošanās, intereses, aktuālās tēmas un problēmas;

3.1.2. Muzeja veidotais saturs atbilst muzeja vērtībām;

3.1.3. Muzejs komunicē latviešu un angļu valodā, krievu valodas versiju nodrošinot Paula Stradiņa Medicīnas vēstures muzeja mājaslapai un navigācijai Muzeja galvenajā ēkā;

3.1.4. Mājaslapās un Informācijas centros piedāvājam aktuālo informāciju par vides pieejamību un informācijas pieejamību pamatekspozīcijās un izstādēs, kā arī publiskās programmas notikumos;

3.1.5. Mājaslapām reizi gadā saskaņā ar "Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrijas vadlīnijām iestāžu tīmekļvietnēm noteikto piekļūstamības prasību ievērošanas ietekmes izvērtēšanai un nesamērīga sloga pamatošanai" tiek veikts vienkāršotais izvērtējums un publicēts piekļūstamības paziņojums;

3.1.6. Lai izvērtētu un uzlabotu komunikācijas pieejamību, mēs regulāri un sistemātiski ievācam Muzeja mērķa grupu atsauksmes, kā arī konsultējamies ar ekspertiem un vadāmos pēc labās prakses piemēriem.

3.2. Pārejas periodā līdz pārzīmološanas projekta uzsākšanai, komunikācijā ievērojam Muzejam specifisku valodas stilu:

3.2.1. Izvairāmos no liekvārdības, t. sk., no apzīmētāmvārdiem un īpašības vārdiem, kas saturiski neko nepapildina;

3.2.2. Vēstījumam ir jābūt saprotamam, tomēr mēs neizvairāmos no zemtekstiem. Sarežģītus un/vai pārprotamus terminus mēs paskaidrojam un/vai piedāvājam informāciju vieglajā valodā;

3.2.3. Veidojot komunikāciju, mēs izvairāmos no kritiskas, ciniskas un aizbildnieciskas attieksmes pret to, kam nepiekrītam, uzskatām par nepatiesu vai novecojošu, t. sk., vēsturiskām medicīnas praksēm;

3.2.4. Mūsu komunikācijas tonis ietur līdzsvaru starp formālās un neformālās valodas un attēlu stilu. Tas ir draudzīgs, bet ar institucionālu profesionālismu, mūsu humors – bez kiča, arogances un stereotipiem;

3.2.5. Muzeja vizuālo valodu raksturo lakonisms, skaidrība un lasāmība. Saskaņoti vizuālās valodas un grafiskie risinājumi tiek lietoti Muzeja ēku vidē, mājaslapās, sociālajos medijos, kā arī digitālajos un drukas materiālos;

3.2.6. Krājuma priekšmetu etiķešu standarts pamatekspozīcijām, izstādēm, publikācijām un priekšmetu publiskošanai digitālajā vidē ir izstrādāts, pielāgojot starptautisko atmiņas institūciju praksi Muzeja vajadzībām.

3.3. Komunikācijas pieejamības darbā mēs praktizējam iesaistes principu lēmumu pieņemšanā un izsveram fiziskos, sensoros, intelektuālos, informācijas pieejamības, finansiālos, emocionālos, kultūras un tehnoloģiskos šķēršļus, vaicājot:

3.3.1. Kā mazināt intereses vai izpratnes trūkumu par Muzeju un tā veidoto saturu (produktiem un pakalpojumiem);

3.3.2. Vai Muzejs ir fiziski pieejams cilvēkiem ar dažādām spējām un vai tas ir atvērts dažādām Muzeja auditorijām ērtā laikā;

3.3.3. Vai Muzejs ir finansiāli pieejams cilvēkiem ar nelieliem ienākumiem;

3.3.4. Vai Muzejs ir intelektuāli pieejams cilvēkiem bez priekšzināšanām par tēmām, ar ko Muzejs strādā, un cilvēkiem ar mācīšanās nespēju;

3.3.5. Vai Muzeja komunikācija un komandas attieksme ir iekļaujoša;

3.3.6. Vai Muzeja digitālā infrastruktūra strādā cilvēku labā, nevis rada papildu pieejamības šķēršļus;

3.3.7. Vai Muzeja darbā tiek iesaistīti ieinteresēto sabiedrības grupu pārstāvji un vai ar komunikācijas darbu tiek aizsniegta jauna auditorija;

3.3.8. Vai Muzeja veidotais saturs ir aktuāls tā mērķauditorijām un veicina ilgtspējīgu sabiedrību, tuvinot dažādas sabiedrības grupas?

3.4. Lai nodrošinātu komunikācijas pieejamību nepietiekama valsts budžeta finansējuma apstākļos, Muzejs piesaista īstermiņa un ilgtermiņa nacionālu un starptautisku projektu konkursu finansējumu.

## 4. 2023.–2027. gadam izvirzītie stratēģiskie naratīvi zinātnes pieejamībai

4.1. Starpdisciplināra pieeja, kas paredz vēstījumus par medicīnu kā dzīvības un tehnoloģiju zinātnei vairāk izcelt arī tos sabiedrības veselības aspektus, kas ir sociālās vēstures, socioloģijas, antropoloģijas un kultūras teorijas kompetencē; pakāpeniski paplašinoties izpratnei par medicīnas nozīmi un tās lomu sabiedrībā, kā arī pārskatot līdzšinējo zinātņu hierarhiju un medicīnas autoritāti Muzejā, mēs vēlamies vairogt izpratni par veselību kā daudzdimensionālu jēdzienu. Sociālā mijiedarbība, politiskais un kultūras konteksts, individuālā pieredze ir veselības



diskursi, kas veido medicīnas dialogu ar zinātnēm, kas līdz šim Muzejā izslēgtas no plašākas redzamības vai uzskatītas par netieši saistītām ar medicīnu.

4.2. Izpratne par veselību kā vēsturiski mainīgu kultūrsociālu jēdzienu. Veselība, ko mēs izdzīvojam, ir daudzslāņaina un mainīga atkarībā no to ietekmējošiem faktoriem, kas ne vienmēr ir medicīniski, – līdzilvēki, dzīvās radības un nedzīvā daba, cilvēku radītā vide, tehnoloģijas un fiziskās, politiskās, kultūras un sociālās struktūras. Piemēram, 21. gs. galvenais nāves iemesls vairs nav infekcijas, bet gan ar dzīvesveidu saistītās slimības – aptaukošanās, diabēts, vairāki vēža paveidi un sirds slimības. Turklāt, pagarinoties paredzamajam mūža ilgumam, arvien lielāku nozīmi līdztekus progresīvām medicīnas tehnoloģijām iegūst konsultācijas un aprūpe. Muzejs veido izpratni par rūpēm kā ilgtspējīgas sabiedrības pamatu.

4.3. "Vienas veselības" (no angļu val. – *One Health*) pieeja, kas caurstrāvo sabiedrības veselības, veterinārās un vides nozares un aktualizē veselību kā cilvēkus un eksosistēmas vienojošu lielumu. Starptozaru sadarbībā un zināšanu apmaiņā balstītās Pasaules Veselības organizācijas iniciatīvas mērķis ir risināt sabiedrības problēmas, piemēram, klimata pārmaiņas, ekosistēmas daudzveidības samazināšanos, pārtikas drošību, slimību kontroli, tām izplatoties no dzīvniekiem uz cilvēkiem un otrādi (zoonozes), kā arī mikroorganismu attīstīšanos, tiem kļūstot rezistentiem jeb nejūtīgiem pret tradicionālajām ārstēšanas metodēm. Plašākā izpratnē "Vienas veselības" pieeju balsta rūpes par planētas veselību kopumā, izceļot ilgtspēju kā sabiedrības veselības garantu. Cilvēku un sabiedrības veselība ir tieši atkarīga no apkārtējās vides veselības, tādēļ rūpes par savu veselību vienlaikus nozīmē arī rūpes par planētas ekosistēmu kopumā un katru tās komponenti atsevišķi.

4.4. Sadarbībā balstīta pieeja "Veselība visās politikās" (no angļu val. – *Health in All Policies*), kas formulē un integrē veselības apsvērumus politikas veidošanā dažādās nozarēs un visos līmeņos, lai uzlabotu iedzīvotāju veselību, veselīgu attīstību un veselīgu uzvedību dzīves garumā. Iekļaujot veselības aspektu visās rīcībpolitikās, mērķis ir panākt veselības un labklājības atzišanu par prioritāti ne tikai veselības nozarē, bet arī citās – piemēram, vides, izglītības, satiksmes, zemkopības un ekonomikas – nozarēs. Iesaistot sabiedrību domapmaiņā un veidojot izpratni par to, kā veselība ietekmē citas nozares, tiek veicinātas izmaiņas cilvēku saziņā, kolektīvajā inteliģencē un visu līmeņu atbildībā.

## 5. 2023.–2027. gadam izvirzītās prioritātes

### 5.1. Muzejs kā platforma zināšanu sabiedrībai

Iepriekšējā akreditācijas periodā 2018.–2022. gadam proporcionāli lielākā Muzeja auditorija bija Latvijas skolu grupas un pieaugušie ar profesionālu interesi par ar medicīnas vēsturi un medicīnas zinātņi saistītām tēmām. Turklāt ārkārtas situācija veselības aprūpes sistēmā,

sākoties Covid-19 pandēmijai, izgaismoja Muzeja nepietiekamo veiktspēju, kas traucēja tam kļūt par sabiedrībā pieprasītu un uzticību rosinošu avotu veselības pratības jautājumos. Lai padarītu publisko un izstāžu programmu daudzveidīgāku, plašo piedāvājumu skolām 2021. gadā Muzejs sāka izlīdzsvarot ar pasākumiem un izstādēm, uzrunājot arī citas mērķa grupas. **Turpmāk pretrunīgas informācijas, nepatiesu ziņu un konspirācijas teoriju pārbagātības apstākļos Muzejs kalpos par drošticamu platformu sabiedrībā pieprasītu un sociāli lietderīgu prasmju apguvei un zināšanu radīšanai un pārnesi, tādējādi arī audzējot lojālo Muzeja apmeklētāju atkārtotu apmeklējumu skaitu.**

Lai paaudžu nomaiņas procesā nodrošinātu Muzejam lojālas auditorijas pēctecību, 2021. gadā Muzejs uzsāka darbu pie galvenās ēkas piebūves rekonstrukcijas, paredzot tajā izveidot Veselības pratības centru bērniem – Bērnu muzeju 6–12 gadus veciem bērniem, viņu vecākiem un pedagogiem. Piebūvē tiks izveidota interaktīva, izziņas procesu rosinoša ekspozīcija un “Jauno pētnieku laboratorija”. Bērnu muzeja darbībai izstrādātā muzejpedagoģiskā metodoloģija un nodarbību tēmas tiks balstītas izglītības reformas “Skola 2030” ieviestajā kompetenču pieejā.

Lai Muzejs pakāpeniski kļūtu par starpnozaru pieejā balstītu zinātnes komunikācijas platformu, satura veidošanā Muzejs praktizēs sadarbības modeli, kura ietvaros piedāvās savu publisko aktivitāšu infrastruktūru pasākumu rīkošanai institūcijām un organizācijām, kuru darbības profils un vērtības atbilst Muzeja vadlīnijām, veicina zināšanu sabiedrības veidošanos, sniedz ieguldījumu sabiedrības veselībā vai vairo iedzīvotāju veselības pratību. Muzejs turpinās veidot un stiprināt sadarbību ar Latvijas augstskolām, pētniecības institūcijām, zinātnieku apvienībām, ārstniecības iestādēm, veselības aprūpes darbinieku asociācijām un biedrībām, tehnoloģisko inovāciju uzņēmumiem, zinātnes un kultūras izdevumiem, domnīcām, laikmetīgās kultūras organizācijām un pilsoniskā aktīvisma iniciatīvām.

## 5.2. Muzejs kā proaktīvs dalībnieks aktuālajās norisēs sabiedrībā

Muzejs apzinās savu potenciālu veicināt pozitīvas pārmaiņas sabiedrībā, veidojot un uzturot attiecību tīklus starp dažādām mērķa grupām, tuvinot dažādas sabiedrības grupas un tādējādi nodrošinot sabiedrības ilgtspēju. **Turpmāk Muzejs vairo iekšējos resursus un veidos tādu attiecību mārketingu ar dažādām mērķa grupām, lai kļūtu par proaktīvu dalībnieku aktuālajās norisēs sabiedrībā.**

Mērķtiecīgi stiprināsim Muzeja komandas kompetences un prasmes strādāt strauji mainīgā pasaulē, kā arī sadarbosimies ar dažādu jomu speciālistiem. Muzeja atpazīstamību un sociālo statusu balstīsim uz institucionālo drosmi un profesionālām iemaņām izvaicāt un risināt neērtas, bet ilgtspējīgas sabiedrības attīstībai būtiskas tēmas. Piemēram, paaudžu konflikts attiecībā uz dabas resursu pārtēriņu, kas rada draudus nākotnes sabiedrības vajadzību apmierināšanai, iekļaujošas un sociāli vienlīdzīgas sabiedrības veidošanas principi, seksualitāte un sabiedrības novecošanās Latvijā un Eiropas Savienībā. Komunikācijas darbu saturiski balstīsim gan uz vēstures liecību pētījumiem, gan reakcijās uz sabiedrisko norišu aktualitātēm un iespējamām nākotnes scenārijiem.

### 5.3. Mūsdienām atbilstošas pamatekspozīcijas un izstāžu programmas

#### 5.3.1. Konceptijas izstrāde jaunai pamatekspozīcijai Muzeja galvenajā ēkā

Muzeja pamatekspozīcija ir veidota kā hronoloģiski lineārs medicīnas attīstības izklāsts no pirmsvēstures līdz kosmosa izpētei, kurā galvenie orientieri un “cilvēces progresā virzītāji” ir izcilas personības, atsevišķi biomedicīnas atklājumi un to pielietojuma tehnoloģijas. Daudzviet mainīta, papildināta vai nojaukta, tā joprojām sevī ir saglabājusi 1961. gadā veidotās ekspozīcijas uzbūvi, mākslinieciskās izteiksmes līdzekļus un padomju ideoloģijas nospiedumus.

**Lai apmeklētājiem nodrošinātu Muzeja pieredzes atbilstību mūsdienu pārmaiņām medicīnas zinātnē, zinātnes komunikācijā un sabiedrības uzskatos par veselību, kā arī lai Muzeja vēstījumos ieviestu daudz balsību, tostarp pacienta pieredzi, 2023.–2027. gada plānošanas periodā tiks izstrādāta jaunas pamatekspozīcijas koncepcija.** To paredzēts veidot kā starpdisciplināri daudzveidīgu veselības jēdziena redzējumu caur vēstures prizmu; ar modulāru struktūru; hronoloģiski secīga stāsta vietā – nelineāra tēmu, notikumu un pieredžu dažādība, atšķirīgu laikmetu negaidīta krustojšanās vai norise vienlaicīgi. Konceptijas izstrāde plānota tiešā sasaistē ar citām Muzeja pārdefinēšanas aktivitātēm – krājuma potenciāla apzināšanu, auditorijas attīstīšanu un jauna, spēcīgā saturā balstīta zīmola izveidi.

Konceptijas izstrādi paredzēts pabeigt šajā stratēģiskās plānošanas periodā, savukārt jaunās pamatekspozīcijas ražošana un uzbūve plānota kā nākamā stratēģiskās plānošanas perioda prioritāte. Šajā periodā savukārt paveicama Veselības pratības centra bērniem – Bērnu muzeja ekspozīcijas konceptuālā izstrāde, ražošana, uzbūve un nodošana apmeklētājiem Muzeja galvenās ēkas rekonstruētajā piebūvē.

#### 5.3.2. Izstāžu programma

2023.–2027. gada plānošanas periodā Muzejs turpinās darbu pie pārdefinēšanas mērķiem atbilstošu, sabiedrībā pieprasītu un sociāli proaktīvu izstāžu un to pavadošo programmu īstenošanas. Ik gadu plānots izveidot 3 izstādes, t. sk., vienu Farmācijas muzejā. **Optimizējot resursus, izstāžu programma tiks plānota sasaistē ar darbu pie pamatekspozīcijas izveides. Tādēļ izstāžu tematiskajā izvēlē, priekšizpētes darbā, krājuma priekšmetu atlasē un komunikācijas risinājumos būtiska vieta tiks atvēlēta iespējai izstādi vēlāk modificēt, lai apjomā reducēta moduļa formātā to potenciāli varētu iekļaut pamatekspozīcijā. Tādējādi tiks apzināts pamatekspozīcijas iespējamo tēmu segums, tās izveidē iesaistītas ieinteresētās sabiedrības puses, apzinātas sabiedrības gaidas un testēta komunikācija ar esošajām un potenciālajām Muzeja mērķa auditorijām.**

Izstāžu programmas laicīgu plānošanu apgrūtina nepietiekamais bāzes finansējums un neskaidrība par tā turpmāko apjomu. Tikpat neprognozējami ir arī rezultāti Muzeja centieniem piesaistīt līdzfinansējumu dažādu atbalsta fondu projektu konkursos. Lai arī plānošanas perioda izstāžu darbības nodrošināšanai Muzejs ir izstrādājis un iesniedzis pieteikumus vairākiem īstermiņa un ilgtermiņa nacionāliem un starptautiskiem projektu konkursiem, tikai pēc rezultātu izziņošanas būs iespējams konkrētēt Muzeja izstāžu programmas saturu un termiņus.

Izstāžu pavadošās programmas – lasījumi, darbnīcas, debates, simpoziji, ekskursijas un cita formāta aktivitātes – paredzētas zināšanu apmaiņai, kritiskās domāšanas un līdzradīšanas

prasmju veicināšanai. Tādēļ pavadošo programmu izstrādē prioritāra ir mijiedarbe starp medicīnas un dabas zinātņu jomā strādājošajiem, humanitāro un sociālo zinātņu pārstāvjiem, pacientu interešu grupām, kuratoriem, māksliniekiem, pedagogiem, politiku veidotājiem, sabiedrības ieinteresētajām grupām un kopienām, ar kurām Muzejs vēlas dibināt ilgtspējīgas attiecības.

Ātrās reagēšanas aktivitātēm un mazbudžeta “pop-up izstādēm”, kas testē krājuma potenciālu Muzejam darboties proaktīvi un būt sociālpolitiski aktīvam, arī turpmāk tiks izmantota Muzeja galvenās ēkas 1. stāva Mazā izstāžu zāle un Farmācijas muzeja izstāžu zāle. Šīs izstāžu telpas, tāpat kā līdz šim, būs atvērtas mākslinieku, pētnieku, kuratoru rezidencēm un proaktīvām sadarbības formām, kas nereti izvēršas kā iepriekš neplānota, bet tūlītēja reakcija uz aktuālām norisēm sabiedrībā.

Muzeja galvenās ēkas Mācību telpā ir uzstādīta ērti lietojama un biežai eksponātu maiņai piemērota modulāra vitrīnu sistēma. Tā izveidota kā instruments sabiedrības līdzdalībai Muzeja pārdefinēšanas procesos, ļaujot apmeklētājiem pašiem veidot savas izstādes, kurās personīgi dzīvesstāsti un piemiņas lietas nonāktu dialogā ar Muzeja krājumā vai bibliotēkā piemeklētiem materiāliem. Ar pašrocīgi veidoto izstāžu starpniecību apmeklētāji varēs iesaistīties “uzskatāmā” domu apmaiņā ar Muzeja darbiniekiem gan par izstādēm, gan pastāvīgajai ekspozīcijai nepieciešamajām pārmaiņām un par Muzeja krājuma tālākās veidošanas politiku. Vienlaikus modulārā sistēma ieviesta ar mērķi piedāvāt praksē balstītu ieskatu izstāžu veidošanas procesā, sniedzot iespēju izkopt pilnvērtīgam Muzeja apmeklējumam nepieciešamās “lasītprasmes” un kritisko domāšanu – pārzināt ekspozīcijās iekodēto vēstījumu uzbūves gramatiku, saredzēt vēstures liecībās uz šodienu attiecināmas kopsakarības, rast Muzejā iegūtajām zināšanām turpmāku pielietojumu.

### 5.3.3. Darbs ar pamatekspozīciju Muzeja struktūrvienībā Farmācijas muzejā

Ierobežotā finansējuma un cilvēkresursu apstākļos Muzeja struktūrvienības Farmācijas muzeja pamatekspozīciju stratēģiskās plānošanas periodā paredzēts atstāt iepriekšējā veidolā un papildināt ar jauniem pamatekspozīcijas sadaļu ievadtekstiem un eksponātus skaidrojošām etiķetēm un anotācijām.

### 5.4. Izstrādāta auditorijas attīstīšanas stratēģija

Muzejam nav bijušas nedz finansiālas iespējas, nedz brīvu cilvēkresursu, lai nodrošinātu un padziļinātu esošo un potenciālo lietotāju izpēti. **Auditorijas attīstīšanas stratēģiju, izzinot dažādu grupu gaidas un priekšstatus par Muzeju, intereses, paradumus, vajadzības un vēlmes, izstrādāsim Muzeja pārzīmološanas procesa ietvaros.**

### 5.5. Izveidots satura attīstībā bāzēts Muzeja zīmols

Sākot ar 2020. gadu, Muzejs, reaģējot uz plašākām pārmaiņām sabiedrībā un uzsākot pārdefinēšanas procesu, Komunikācijas darbā pakāpeniski ir atteicies no iepriekšējiem Muzeja zīmola elementiem un ir izstrādājis lakoniskus, viegli uztveramus pārejas perioda zīmola elementus – jaunas mājaslapas un identitāti sociālo mediju kontos, jaunu navigācijas sistēmu, izremontētas publiski pieejamās telpas, t. sk., izstāžu zāles Muzeja galvenajā ēkā; labiekārtots gan

Muzeja galvenajai ēkai, gan Farmācijas muzeja ēkai pieguļošais dārzs. **Lai kļūtu par starpnozarū pieejā balstītu integrēto zinātņu komunikācijas platformu veselības jomā, Muzejs stratēģiskās plānošanas periodā līdz 2027. gadam savas pārdefinēšanas gaitā veiks pilna cikla pārzīmološanu.**

Muzeja pārdefinēšanu uzsākām ar paša Muzeja vēstures izvērtēšanu. Turpmāk ar pārzīmološanas aktivitātēm nodrošināsim Muzeja nākotnē ieinteresēto sabiedrības grupu iesaisti, veiksīm esošo un potenciālo Muzeja auditoriju segmentāciju, izstrādāsim atbilstošus saturiskos orientierus un veidosim noturīgu sabiedrības interesi par Muzeju un tā krājumu kā zināšanu ekonomikai un kultūrsociālajiem procesiem relevantu, pieejamu un laikmetīgām interpretācijām atvērtu informatīvo vidi mācībām, pētniecībai, pašizaugsmei un sabiedriskās domas aprītei.